L'ENGAGEMENT 2.0

LES NOUVEAUX LIENS MILITANTS AU SEIN DE L'*E*-PARTI SOCIALISTE

Thierry Barboni et Éric Treille

Avec le Web 2.0[1], la course politique virtuelle s'est accélérée en même temps qu'elle s'est complexifiée. De la création récente de réseaux sociaux partisans au développement de micro-*blogging* de campagne sur Twitter, un important basculement technologique est aujourd'hui en cours. Des outils numériques de dernière génération sont ainsi mobilisés dans le cadre de stratégies de visibilisation et d'occupation partisane sur la Toile : Coopérative politique – ou Coopol[2] – pour le PS, Créateurs du possible[3] pour l'UMP, les Démocrates[4] pour le Modem, Think Centre pour le Nouveau Centre[5] et, lors de la dernière campagne des régionales, le SpaceMob[6] de Jean-Paul Huchon et l'application i-Phone[7] du site de campagne de Valérie Pécresse[8].

On le voit : être présent sur Internet est dorénavant un impératif pour les partis politiques. Il convient donc de comprendre comment le Web est devenu un espace de compétition politique où les partis s'affichent, s'affrontent et désormais recrutent. Cette montée en puissance des partis sur Internet a dans un premier temps été envisagée sous l'angle de l'offre partisane[9]. Les formes de l'engagement politique à l'heure du numérique ont ainsi suscité plusieurs recherches, centrées notamment sur les usages militants des fonctionnalités proposées[10] et sur la sociologie des adhérents Internet[11]. Mieux : la « redécouverte critique » du modèle de l'adhérent distancié de Jacques Ion[12] a été l'occasion d'interroger plus précisément les catégorisations établies entre ce qui relève effectivement de la nouveauté, de la

1. Internet de deuxième génération permettant la création de contenu collaboratif et mettant en son cœur les usages de chaque internaute.
2. <http://www.lacoopol.fr/>.
3. <http://www.lescreateursdepossibles.com/>.
4. <http://www.lesdemocrates.fr/>.
5. <http://www.think-centre.fr/>.
6. <http://www.huchon2010.fr/>.
7. <http://itunes.apple.com/fr/app/valerie-pecresse/id355516786 ?mt=8>.
8. « Régionale : la guerre des Netrooms », *Libération*, 13 février 2010.
9. Bruno Villalba, « Moving Towards an Evolution in Political Mediation ? French Political Parties and the News ICTs », dans Rachel Gibson, Paul Nixon, Stephen Ward (eds), *Political Parties and the Internet : Net Gain ?*, Londres, Routledge, 2003, p. 120-138 ; Nicolas Benvegnu, « Au-delà de la technique : l'introduction d'Internet dans le répertoire de mobilisation électorale de candidats de campagne. Le cas des élections législatives de 2002 », *Terminal*, 92, 2004, p. 15-25.
10. Fabien Granjon, *L'internet militant. Mouvement social et usage des réseaux télématiques*, Paris, Éditions de l'Apogée, 2001.
11. Sur le PS, on se permet de renvoyer à Thierry Barboni, Djamel Mermat, Éric Treille, « Made in Internet. Les nouveaux adhérents du Parti socialiste », dans Fabienne Greffet (dir.), *Continuerlalutte.com. Les partis politiques sur le web*, Paris, Presses de Sciences Po, 2011.
12. Jacques Ion, *La fin des militants ?*, Paris, Édition de l'Atelier, 1997.

perpétuation ou de la recomposition de modes d'engagements et de pratiques militantes liées à Internet[1].

Parmi ces questionnements, un angle mort subsiste néanmoins, bien qu'il soit pourtant essentiel à la compréhension de l'engagement sur Internet : l'analyse des mécanismes organisationnels permettant justement cet investissement partisan d'Internet.

En effet, l'organisation d'un parti constitue l'objectivation des règles, procédures, dispositifs, pratiques et référents culturels qui permettent la participation de ses membres en son sein. La conversion d'un parti à Internet nécessite l'acculturation à des pratiques et à des formes d'engagement nouvelles. Aussi, elle n'est pleinement compréhensible qu'à la lumière des ajustements organisationnels chargés de la mettre en forme. En un mot : dans un parti, l'économie des pratiques militantes ne peut se penser indépendamment des évolutions de son organisation.

Ce basculement des partis sur Internet invite à prolonger ce constat, tout en en reformulant quelque peu l'hypothèse. Le « détour par la case organisationnelle » s'avère en réalité d'autant plus indispensable que, au-delà de quelques propriétés évidentes de l'engagement (individualisation des pratiques) mises en avant à partir d'Internet, les *e*-stratégies des partis et leurs conséquences en termes de militance demeurent encore à l'état de boîtes noires. L'engouement numérique constituerait ainsi une réponse au besoin de renouvellement des formes de l'engagement politique, lesquelles seraient porteuses d'exigences (adhésion plus souple) et d'attentes (plus de participation et de délibération[2]) à rebours du fonctionnement « traditionnel » des partis[3]. À ce titre, la chute du nombre d'adhérents dans les pays démocratiques[4] attesterait de l'incapacité de ces derniers à attirer des adhérents dorénavant « volatils » et exigerait donc la mise en place de modes d'engagements plus flexibles.

Confrontés à une désaffection finalement souvent plus problématique en termes de légitimité et d'image[5] qu'en termes de fonctionnement proprement dit[6], et au-delà des effets d'imitation[7], les partis politiques ont alors entrepris de « démocratiser » leur organisation, manière d'octroyer aux adhérents une place accrue dans les processus de décisions internes et de leur offrir des espaces de participation renforcés. Cette « démocratisation », dont les effets sont constatables à travers la mise en place de procédures délibératives et participatives souvent formelles[8], est perçue cependant, en fin de compte, comme encore insuffisante, comme

1. Cf. le numéro spécial consacré au militantisme au Parti socialiste dans *Recherche socialiste*, 46-47, janvier-juin 2009. Plus généralement, voir Lilian Matthieu, « Un nouveau militantisme ? À propos de quelques idées reçues », *Contre-temps*, octobre 2008, disponible en ligne sur <http://contretemps.eu/node/127>, ainsi que le dossier coordonné par Fabienne Greffet et Stéphanie Wojcik, « Parler politique en ligne », *Réseaux*, 26 (150), 2008, p. 19-256.

2. Loïc Blondiaux, Yves Sintomer, « L'impératif délibératif », *Politix*, 57, 2002, p. 17-35.

3. Russel J. Dalton, Martin P. Wattenberg, *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*, Oxford, Oxford University Press, 2000.

4. Peter Mair, Ingrid Van Biezen, « Party Membership in the European Democracies, 1980-2000 », *Party Politics*, 7 (1), 2001, p. 5-21.

5. Holly A. Semetko, « Parties in the Media Age », dans Richard S. Katz, William Crotty (eds), *Handbook of Party Politics*, Londres, Sage Publications, 2006, p. 515-527.

6. Cf. Philippe Juhem, « La production notabiliaire du militantisme au Parti socialiste », *Revue française de science politique*, 56 (6), décembre 2006, p. 909-941. Voir également Florence Haegel, « Un parti politique a-t-il besoin d'adhérents ? », *La Revue socialiste*, 13, 2003, p. 22-27.

7. Cf. Gérard Grunberg, Florence Haegel, *La France vers le bipartisme ? La présidentialisation du PS et de l'UMP*, Paris, Presses de Sciences Po, 2007.

8. Cf. Rémi Lefebvre, Antoine Roger (dir.), *Les partis à l'épreuve des procédures délibératives*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2009.

l'attesterait la stagnation des adhésions. Internet constituerait alors l'ultime moyen pour rapprocher enfin les citoyens des partis[1].

Les discours performatifs des dirigeants sur la démocratisation de leur parti[2] laissent donc supposer un délitement des formes traditionnelles d'engagement et, plus globalement, une recomposition de la sociabilité militante à laquelle Internet participerait. L'enjeu consiste cependant moins à savoir pourquoi ces dirigeants recourent à Internet que de comprendre comment ils s'y prennent : les partis investissent Internet différemment, de la même manière qu'ils n'envisagent pas davantage la participation de leurs adhérents de façon identique. Aussi, la numérisation de l'engagement partisan est en réalité étroitement liée à « l'encodage » organisationnel qui en déterminait jusque-là les contours[3]. C'est cette corrélation qui sera examinée ici, à partir de l'idée que l'élargissement de l'engagement politique du réel au virtuel, s'il se manifeste à travers le recours à des fonctionnalités techniques génériques (comme un forum), se caractérise par des finalités et des usages partisans singuliers.

À cet égard, le PS s'avère un terrain d'étude particulièrement adapté. Le militantisme de ses membres s'y est profondément transformé, sous l'effet notamment d'une « démocratisation » impulsée dès le début des années 1990, de telle sorte que l'offre « de participation et la redéfinition des pratiques militantes légitimes sont ajustées à la représentation dominante au PS d'un militantisme de plus en plus « distancié » et individualiste, attaché à coproduire les orientations du parti et non à s'y soumettre *a priori* »[4]. En outre, l'introduction d'Internet dans le parti a été l'occasion de débats sur sa nature même, débats articulés autour de l'identité militante de ses membres. En effet, le PS, s'il n'a pas été précurseur en la matière, ne s'est converti véritablement à Internet qu'à l'occasion des élections présidentielles de 2007, avec la mise en place d'une procédure d'adhésion en ligne à 20 euros permettant aux nouveaux adhérents de participer à l'investiture de son candidat. L'opération fut un succès : près de 85 000 adhérents prirent leur carte du parti, alors que celui-ci n'en comptait jusque-là environ que 120 000. La défection des « 20 euros » après la campagne de 2007 a ensuite accrédité l'idée que, en fin de compte, le PS n'était pas encore assez « démocratique ». Une nouvelle fois, le parti « physique » était dénoncé[5]. Il n'en fallait pas plus pour consacrer Internet comme un nouvel espace à conquérir et ce, d'autant plus que « l'expérience participative » précurseur du site Désir d'avenir de S. Royal avait connu un fort succès et bénéficié d'une couverture médiatique largement favorable. Cette conquête repose sur le postulat qu'Internet doit permettre d'ouvrir le parti et favoriser ainsi un engagement en adéquation avec les attentes des militants socialistes. Internet serait donc un moyen de recomposer un entre-soi militant qui se rétracte et de fédérer une communauté partisane élargie au-delà de ses seuls adhérents. Cette forme d'agrégation permettrait ainsi de « faire cohabiter » les militants « réels », qui participent physiquement et les adhérents « virtuels » qui ne s'engagent que par Internet et plus ponctuellement physiquement.

---

1. Matthew R. Kerbel, *Netroots. Online Progressives and the Transformation of American Politics*, Boulder, Paradigm Publishers, 2009.
2. Le registre de la proximité employé à cette occasion convient parfaitement aux échanges sur Internet. Initialement d'ailleurs, Internet mettait en relation des personnes proches géographiquement. Cf. Robert Castells, *La galaxie Internet*, Paris, Fayard, 2001.
3. Les modes d'engagement politique des individus sont, bien entendu, multiples. Le propos vise ici moins l'étendue de l'investissement militant en tant que tel, que les activités militantes offertes : il est difficile de désigner directement le chef d'un parti si le vote individuel n'est pas inscrit dans ses statuts.
4. Rémi Lefebvre, « Le sens flottant de l'engagement socialiste. Usages et effets de la démocratisation interne au PS », dans R. Lefebvre, A. Roger (dir.), *op. cit.*, p. 115.
5. Voir *Libération*, 23 novembre 2009.

L'engagement sur la Toile tend cependant à occulter la dimension fédératrice de l'entre-soi militant : au PS, la participation physique engendre la constitution d'une communauté partisane qui, pour n'être pas nécessairement très inclusive, favorise néanmoins l'acculturation de ses membres aux règles de fonctionnement propres à celui-ci[1]. Référents, pratiques et usages militants « réels » doivent alors être conciliés avec ceux requis sur le terrain virtuel. Le compromis est fragile, en témoigne la difficulté des adhérents en ligne à s'intégrer concrètement au parti, d'une part, et d'autre part, les réticences des « anciens » membres, refusant pour certains de voir le PS devenir un parti de « *supporters* ».

Cette difficile cohabitation est fondamentalement liée à la transformation même de la conception de l'adhérent à l'heure d'Internet. Le cas du PS est ici exemplaire. L'adhérent socialiste est originellement considéré comme un militant, le représentant d'une avant-garde socialiste. Progressivement pourtant, cette conception de l'adhérent est battue en brèche pour être remplacée par celle de l'adhérent-électeur, c'est-à-dire le représentant de l'électorat à l'intérieur du parti. Le basculement s'accélère avec Internet : l'engagement facilité permet une porosité importante des frontières du parti, de telle sorte que les distinctions physiques s'annulent au profit d'un égalitarisme numérique entre militants et sympathisants. La cohabitation devient envisageable sur la Toile, où une communauté virtuelle est créée, dans le but explicite de recréer les conditions de sa mobilisation.

Benoît Thieulin, le concepteur de la Coopérative politique, ou Coopol, estime ainsi que la « Coopol est une membrane qui permet de "flouter" la frontière entre sympathisants et militants. On leur dit : "vous ne payez pas avant d'entrer" »[2]. L'objectif de cette communauté virtuelle est de combiner le « *online* et le *offline* : articuler la campagne virtuelle et les actions de terrain »[3]. Autrement dit : si les frontières du parti se brouillent sur le Net, la notion d'adhérent en est également affectée. Sur le Web, militants et sympathisants sont tous des agents potentiels de mobilisation partisane. Significativement d'ailleurs, la Coopol est présentée comme le site des militants du PS, bien que les non-membres du parti aient la possibilité de s'y inscrire. Or, le terme de militant était jusque-là réservé aux seuls adhérents. Cette évolution sémantique souligne que les frontières physiques et virtuelles du parti ne correspondent désormais plus, de telle sorte que le parti lui-même n'est plus considéré que comme une partie d'un tout qui le dépasse. Elle illustre bien la transformation du PS en entreprise partisane : le Web doit être avant tout un outil de mobilisation en vue des échéances électorales futures. Elle consacre également la nécessaire adaptation des règles de fonctionnement réelles qui doivent être ajustées pour permettre la mise en place de règles de fonctionnement virtuelles.

La conquête du Web suppose par conséquent des ajustements à l'outil technique, lesquels sous-tendent la question des formes de militantisme proposées. Tout l'enjeu de cette conversion à Internet consiste donc à rendre compatible le fonctionnement concret de l'organisation avec les effets escomptés de la participation *online*. Autrement dit : Internet n'est pas pensé comme devant entraîner une dilution des frontières partisanes, mais est appréhendé au contraire comme un outil devant en favoriser *in fine* le fonctionnement. Les frontières partisanes sont assouplies mais demeurent néanmoins. En ce sens, à rebours d'un quelconque

1. Sur ces modalités d'acculturation, cf. Nathalie Ethuin, « La formation des militants communistes à l'heure du "décentralisme démocratique" », dans R. Lefebvre, A. Roger, *ibid.*, p. 87-104.
2. *Libération*, 29 décembre 2009.
3. *Ibid.*

déterminisme technologique, la conversion du PS à Internet montre que l'introduction de cet outil dans le parti s'apparente bien à une technique de gouvernement dont ses dirigeants vont user des fonctionnalités en fonction d'objectifs internes et d'affichage externe.

Ainsi, la porosité des frontières partisanes s'accroît et favorise l'apparition d'un engagement sans adhésion formelle au parti. Cette nouvelle forme d'engagement n'est cependant pas le signe que, investissant le Web, le PS connaît une désinstitutionnalisation[1] numérique. Bien au contraire, son fonctionnement concret est réajusté à partir de son investissement numérique : réel et virtuel s'imbriquent.

La création de la Coopol illustre alors un double mécanisme à l'œuvre : la recomposition de la notion d'adhérents au sein du PS ; l'articulation et donc les changements organisationnels que cette évolution implique. Il convient par conséquent de revenir sur ces transformations partisanes qui ont permis *in fine* de faire du parti d'Épinay un *e*-parti et, par là, sur les conditions de productions organisationnelles de ce militantisme sur et par la Toile. Revenir sur les étapes de ce processus implique d'en réaliser une (brève) sociogenèse, sans laquelle on ne saurait saisir les mécanismes récents permettant désormais l'*e-militantisme*.

Trois étapes de ce basculement peuvent alors être identifiées. Il a d'abord fallu « démocratiser », puis « introduire Internet », avant d'envisager sa conciliation avec le parti « réel ». Ces trois étapes ont à chaque fois été l'occasion de redéfinir la notion de membre du parti en fonction d'objectifs tendant à remédier à sa présidentialisation, son enclosure sociologique et ses mécanismes d'investiture internes.

La démocratisation du parti socialiste ou l'avènement de l'adhérent-électeur

Si Internet rend possible un lien déterritorialisée entre l'adhérent et son parti, il renforce aussi une individualisation de l'engagement socialiste tant dans ses modes d'adhésion que dans ses pratiques militantes[2]. De fait, la participation n'est plus soumise aux contingences militantes classiques comme se rendre en section pour adhérer. De même, le parti est accessible à tous sur Internet, dépassant ainsi ses frontières partisanes physiques.

Cette individualisation de différenciation[3] est justement permise par les processus de démocratisation que connaissent les partis français depuis les années 1990. Celle-ci se caractérise par la reconnaissance de droits individuels aux adhérents ; l'assouplissement des conditions d'adhésion et la mise en place, enfin, d'une compétition interne davantage centrée sur la personne des dirigeants[4]. Par là, elle favorise l'acculturation des partis à deux éléments indispensables à l'introduction d'Internet : la « singularisation » de l'adhérent et le « brouillage des frontières »

1. Laurent Olivier, « Les partis politiques saisis par les logiques militantes du mouvement social. “Mouvementisation” et désinstitutionnalisation partisane. L'exemple français », colloque de la Société québécoise de science politique, Québec, 2004, disponible sur <http://www.sqsp.uqam.ca/pdf/congresAnn/congres2004_olivier.pdf>.
2. Pour une distinction entre individualisation des pratiques d'utilisation et usages d'Internet, cf. Fabien Granjon, « Inégalités numériques et reconnaissance sociale. Des usages populaires de l'informatique connectée », *Les Cahiers du numérique*, 5 (1), 2009, p. 19-44.
3. « Une individualisation de différenciation est une affirmation des individus en tant qu'individus singuliers, différenciés, irréductibles à autrui ni à aucun rôle social » : Christian Le Bart, *L'individualisation*, Paris, Presses de Sciences Po, 2008, p. 26.
4. Patrick Seyd, « New Parties, New Politics », *Party Politics*, 5 (3), 1999, p. 383-405. Sur les ressorts de cette personnalisation, cf. Howard Tumber, Silvio R. Waisbord, « Political Scandals and Media Across Democracies », *American Behavioral Scientist*, 47 (8), 2004, p. 1031-1137. Voir aussi Raymond Kuhn, « The Public and the Private in Contemporary French Politics », *French Cultural Studies*, 18 (2), 2007, p. 185-200.

de l'organisation. Le premier élément renvoie à la reconnaissance de droits propres aux adhérents (investiture directe des candidats, par exemple). Le second consiste en l'abaissement du coût d'entrée de l'adhésion, opacifiant par là la distinction entre membres et non-membres du parti[1] (création d'un statut de sympathisants généralement). Ces deux éléments appellent en effet la recomposition de la dimension inclusive[2] des sociations partisanes autour de la reconnaissance d'individus-adhérents. Aussi, comme toute innovation procédurale[3], la démocratisation suppose donc une incorporation organisationnelle dont découlent les procédures individualisées qui constitueront ensuite le support à l'introduction d'Internet.

C'est dans cette perspective que la démocratisation du PS sera relue ici. Amorcée en 1990, celle-ci s'achève en 1995. Ces cinq années sont douloureuses à plus d'un titre pour les socialistes : aux défaites électorales (1992, 1993 surtout, 1994, 1995), s'ajoutent les affrontements violents entre ses dirigeants pour la direction du parti. S'ensuit un profond blocage interne, auquel la démocratisation devra remédier. La crise qui affecte le PS illustre l'essoufflement de ses modes de fonctionnement originels (proportionnelle et jeux des courants), alors que des évolutions structurelles, notamment la présidentialisation accrue du parti, ne trouvent pas encore de débouchés organisationnels efficaces. P. Mauroy (1990-1992), L. Fabius (1992-1993), M. Rocard (1993-1994), H. Emmanuelli (1994-1995), L. Jospin (1995-1997) : l'étourdissante succession de Premier secrétaire à la tête du parti suffit à donner une idée de l'ampleur de la crise traversée. La démocratisation apparaît alors comme l'unique voie empruntable par les dirigeants d'un parti en pleine « dérive »[4] pour le sortir de la crise.

Logique représentative contre logique incarnative

La première étape de la « démocratisation » du parti socialiste est le congrès délétère de Rennes en 1990, congrès marqué par la guerre ouverte entre L. Jospin et L. Fabius. Pour la première fois depuis Épinay, le jeu des courants ne permet plus de choisir le *leader* du parti et donc celui qui en sera le candidat à l'élection présidentielle[5]. En outre, les règles de vote interne sont totalement décrédibilisées suites aux manipulations dont elles ont été l'objet[6].

La démocratisation du parti apparaît alors comme le moyen d'en moraliser le fonctionnement et surtout d'introduire un nouveau mode de légitimation du *leadership* partisan. Elle est initiée avec l'introduction du principe « un homme, une voix », engendrant le dépassement du modèle du parti de masse sur lequel est pourtant fondée l'organisation socialiste. En effet, le PS est structuré autour « de mécanismes d'emboîtement, par élection indirecte à plusieurs degrés (congrès, comité directeur, secrétariat national) [:] ce système donnait toute sa légitimité à l'appareil partisan et garantissait la supériorité du collectif sur l'individuel, en privilégiant une démocratie de délégation »[7], comme l'indique le recours au mandat.

1. Cf. Richard S. Katz, Peter Mair, « Changing Models of Party Organization and Party Democracy. The Emergence of the Cartel Party », *Party Politics*, 1 (1), 1995, p. 5-28.
2. Cf. Kay Lawson, « When Linkage Fails », dans Kay Lawson, Peter H. Merkl (eds), *When Parties Fail. Emerging Alternative Organizations*, Princeton, Princeton University Press, 1988, p. 13-38, dont p. 14-16.
3. Cf. Andrew M. Appleton, Daniel S. Ward, « Party Response to Environmental Change : A Model of Organizational Innovation », *Party Politics*, 3 (3), 1997, p. 341-362.
4. Cf. Eric Dupin, *L'après-Mitterrand. Le Parti socialiste à la dérive*, Paris, Calmann-Lévy, 1991.
5. Les motions de P. Mauroy, L. Jospin, L. Mermaz et L. Fabius sont quasiment à égalité : 28,94 %, contre 28,84 %, celle de M. Rocard obtenant 24,2 %.
6. Cf. les chapitres « pressions », « verrouillage » et « truquages » du *Nouvel Observateur* du 1er mars 1990.
7. Laurent Olivier, « Ambiguïtés de la démocratisation partisane en France (PS, RPR, UMP) », *Revue française de science politique*, 53 (5), octobre 2003, p. 761-790, dont p. 766.

Or, le principe « un homme, une voix » induit un alignement sur les canons de la démocratie libérale, selon une logique représentative, au détriment de ceux de la démocratie socialiste, laquelle suppose une logique incarnative du corps social[1]. Ce « basculement dans la représentation » opère une première rupture dans les formes de participation : il singularise l'adhérent et fait de lui d'abord un miroir de l'électorat. Ce faisant, il implique un assouplissement des règles internes et, surtout, des frontières du parti puisqu'il s'agit d'en faciliter l'accès pour en améliorer la représentativité.

Ce principe est accompagné de pratiques relevant de la démocratie délibérative et participative : un « droit d'initiative militante » est créé et si la règle des mandats est maintenue, ceux-ci sont désormais calculés à partir des votes des seuls présents. En outre, une carte d'adhésion annuelle avec un seul timbre est créée et, surtout, le principe du vote secret est entériné. À ce stade, la reconnaissance de droits individuels aux adhérents ne remet pas en cause la structuration du parti autour des courants. Ceux-ci demeurent toutefois une source de blocages dans un parti de plus en plus présidentialisé[2]. Logique parlementaire des courants et logique présidentielle s'opposent, en témoigne l'affrontement entre L. Fabius et L. Jospin, alors membres du même courant.

D'ores et déjà, il apparaît cependant que la démocratisation, si elle favorise un renouvellement de la participation des adhérents socialistes, a pour but la redéfinition des modes de régulation interne. Cette « instrumentalisation de l'instrument » apparaît plus nettement encore à travers l'approfondissement de la singularisation des adhérents et la fragilisation de frontières partisanes jusque là extrêmement rigides.

Le recours au vote direct

La deuxième phase du processus de démocratisation est menée par L. Fabius en 1992, puis M. Rocard en 1993. Elle donne corps au principe « un homme, une voix », afin de limiter l'influence des courants.

> « Le ressourcement du parti doit être fondé sur la démocratie. C'est-à-dire une plus grande participation des militants [notamment] à la désignation des responsables à tous les niveaux, et des candidats aux élections. Ceci pour en finir avec la cooptation. Seule l'élection accorde la légitimité démocratique. »[3]

Confrontés à la chute du nombre d'adhérents[4] et à la rétractation de leur électorat, les dirigeants socialistes choisissent de systématiser le recours au vote direct comme outil de sélection interne. Mais, bien qu'un espace d'expression accru soit octroyé aux sympathisants[5], seuls les adhérents conservent encore le droit de participer aux désignations internes.

Ces réformes s'attaquent à un point central de la « démocratisation » du PS. Par homologie, l'élection comme finalité de l'activité professionnelle des dirigeants socialistes devient l'étalon

---

1. Richard S. Katz, *Elections and Democracy*, Oxford, Oxford University Press, 1997, p. 287.
2. Voir Christine Pütz, « La présidentialisation des partis français », dans Florence Haegel (dir.), *Partis politiques et système partisan en France*, Paris, Presses de Sciences Po, 2007, p. 321-357 ; ou bien encore Alain Bergounioux, Gérard Grunberg, *L'ambition et le remords. Les socialistes français et le pouvoir (1905-2005)*, Paris, Fayard, 2005.
3. Daniel Vaillant, *PS Info*, 512, 18 avril 1992, p. 24.
4. En 1994, le parti atteint péniblement les 100 000 adhérents.
5. Les sympathisants sont dotés du statut officiel d'« ami du PS » mais ne peuvent voter pour les congrès et la désignation des candidats aux élections.

de la distribution du pouvoir au PS. Les adhérents disposent, dans cette perspective, d'un pouvoir de décision formellement renforcé : désormais, ils désignent directement les délégués (fédéraux ou nationaux) du parti, lesquels élisent ensuite au scrutin majoritaire uninominal à deux tours le Premier secrétaire (national ou fédéral), tandis que le conseil national et les conseils fédéraux restent composés à la proportionnelle. Ce deuxième temps de la démocratisation a par conséquent précisément pour objectif de contourner les courants pour mieux acter la présidentialisation du parti.

Les statuts sont bien ici un instrument d'action politique. Dans le même temps, les mécanismes de sélection internes et les frontières de l'organisation sont repensés. Ces deux mouvements ne sauraient pourtant déjà se rejoindre : les frontières de l'organisation sont certes encore assouplies, néanmoins, les sympathisants ne disposent encore que de droits limités au sein du parti. De même, la « majoritarisation » des modes de désignation se superpose davantage à la proportionnelle, plus qu'elle ne la remplace véritablement. Autrement dit, si l'affiliation par courants n'est plus aussi centrale dans l'acquisition des positions de pouvoir, elle demeure toujours incontournable dans le parti[1].

La quête d'un nouvel ordre interne s'articule donc sur l'introduction de procédures démocratisées de participation des adhérents. Le processus incrémental à l'œuvre annonce la conformation du PS à la représentation de l'individu-adhérent, consacrant ainsi une conception atomistique de l'engagement et du vote interne.

La singularisation de l'engagement politique

Troisième temps d'une démocratisation qu'elles parachèvent, les réformes initiées par L. Jospin en 1995 consacrent définitivement la singularisation des adhésions, renouvellent effectivement les formes de participation politique, et actent définitivement la personnalisation de la compétition interne.

Fort de son score à l'élection présidentielle de 1995, et bien qu'il ne dispose alors plus du soutien d'un courant, L. Jospin accède à la tête du parti, en remplacement d'H. Emmanuelli. Ce passage de témoin illustre les transformations en cours : L. Jospin recourt à un questionnaire soumis aux adhérents pour légitimer sa prise de pouvoir, associant étroitement celle-ci à la démocratisation du PS[2].

Le nouveau mode d'attribution du *leadership* est définitivement entériné et ce, à tous les échelons du parti : la question 5 propose d'élire le Premier secrétaire, les premiers fédéraux et les secrétaires de section au scrutin direct et secret par les adhérents. Le lien direct avec les adhérents est renforcé d'ailleurs par deux dispositions. La représentation des fédérations est, d'abord, calculée sur la base du nombre d'adhérents à jour de cotisation, disposition qui en termine avec les mandats. Ensuite, le délai de 6 mois d'ancienneté pour voter est supprimé (temporairement), remettant par là formellement en cause la distinction entre membres et non-membres, et donc les frontières du parti.

Ce qui jusque là n'avait pas été possible le devient dorénavant par l'effet d'entraînement de l'élection présidentielle. Aussi, par ces mesures, L. Jospin pose les bases d'un fonctionnement interne fondé sur l'internalisation et l'imbrication des procédures de démocratie directe et

1. Cf. Frédéric Sawicki, *Les réseaux du Parti socialiste. Sociologie d'un milieu partisan*, Paris, Belin, 1997.
2. La première question n'est autre que : « Souhaitez-vous que Lionel Jospin devienne Premier secrétaire du Parti socialiste ? » (*Vendredi*, 20 octobre 1995). 94,2 % des votants répondent par l'affirmative.

représentative. Le tropisme électoraliste du parti est consacré : l'élection présidentielle détermine le choix du Premier secrétaire.

Ces réformes ne mettent cependant pas fin aux courants, puisque la proportionnelle est maintenue pour la composition des instances dirigeantes. Mais elles concilient définitivement la promotion individualisée du *leadership* interne et le rôle réajusté des instances de direction.

Ce troisième temps de la démocratisation touche ainsi très directement aux modes de participation des adhérents dans le parti : la conception atomistique y est encouragée, les procédures de démocratie directe définitivement inscrites dans le fonctionnement du parti tandis que le coût de l'engagement est allégé. En d'autres termes, la démarche de L. Jospin vise à faire du PS un parti « des » militants et non plus un parti « de » militants : la dimension représentative est privilégiée, illustrée par le dialogue direct avec les adhérents.

Le cycle des réformes démocratiques s'achève en 1995. Le phénomène d'imitation de la démocratie représentative est patent, qu'il s'agisse de sa manifestation concrète, l'acte de vote, des technologies utilisées (vote individualisé et secret) ou bien encore des instruments d'action mobilisés (installation de bureaux de vote, urnes transparentes, isoloirs)[1]. L'ambition de ces réformes est cependant moins, pour l'instant encore, d'accéder à la volonté des adhérents socialistes de participer « différemment », que de mettre en place de nouveaux modes de légitimation et de régulation internes. L'assouplissement des règles de vote témoigne néanmoins de la singularisation des adhésions et de son corollaire, le brouillage des frontières partisanes.

Avec l'abandon *de facto* du modèle du parti de masse, un premier verrou vers l'assouplissement des contraintes partisanes de l'engagement est levé. Ces réformes constituent donc le substrat à partir duquel des formes de participation individualisées pourront s'y développer ultérieurement par Internet, mais toujours en fonction des nécessités organisationnelles auxquelles elles doivent répondre.

La présidentialisation du parti socialiste ou l'invention de l'*e*-adhérent

Près d'une décennie et deux échecs aux élections présidentielles plus tard, le PS connaît une nouvelle mutation. D'avril à juin 2006, près de 85 000 adhérents rejoignent en effet le parti. On s'est toutefois plus intéressé à la sociologie de ces nouveaux adhérents[2] qu'aux mécanismes qui ont présidé à leur venue et au rôle particulier joué par les TIC. Comme si l'arrivée massive de ces adhérents « *made in Internet* » avait masqué l'histoire – même brève – de l'invention de l'*e*-adhésion socialiste. Cet épisode de la vie du PS permet pourtant d'interroger à la fois l'intégration du Web dans l'organisation partisane et ses effets sur la manière de militer. Alors que ces deux types de questionnements sont généralement analysés séparément[3], le caractère rapproché de la réforme et ses conséquences sur l'organisation rendent compte de la manière dont, des dirigeants aux adhérents, cette intégration d'Internet a été préparée, acceptée et utilisée.

1. Voir Éric Treille, « Des affinités électives. Délibérations partisanes et désignations des candidats socialistes aux élections législatives », dans R. Lefebvre, A. Roger (dir.), *op. cit.*, p. 131-154.
2. Thomas Décary, Rémi Lefebvre, « Les militants "à vingt euros". Les conditions socio-politiques d'un impossible engagement », *Recherche socialiste*, 46-47, janvier-juin 2009, p. 43-66.
3. Si R. Gibson, P. Nixon, S. Ward (eds), *Political Parties…*, *op. cit.*, s'intéressent surtout aux effets organisationnels d'Internet, Viviane Serfaty (dir.), *L'Internet en politique. Des États-Unis à l'Europe*, Strasbourg, Presses Universitaires de Strasbourg, 2002, envisage d'abord les pratiques et usages de cet outil.

Simplifier les pratiques militantes

Au congrès de 2005, un pôle « développement du parti », dont relèvent les TIC, est constitué autour de J. Lang. Celui-ci envisage de créer *ex nihilo* un *e*-militant socialiste, en rénovant pour cela le site Internet du parti. Le droit de vote de ces militants est central dans le dispositif : l'objectif est moins d'augmenter les capacités mobilisatrices du PS que d'organiser la future primaire présidentielle[1]. Autrement dit, la réforme vise moins à faciliter le pluralisme organisationnel propre au parti d'Epinay[2] qu'à favoriser le pluralisme présidentialisé de la compétition interne au PS[3]. Il s'agit donc d'élargir la taille de l'organisation à partir d'une offre entièrement centrée sur le processus électoral[4].

J. Lang privilégie cependant une logique de représentation – plutôt que participation – cherchant d'abord à changer la structure du corps électoral socialiste. En effet, « candidat à la candidature » pour 2007 mais sans courant propre, il sait ne pouvoir gagner cette compétition interne sans nouvelles troupes. Fort de sa popularité, il fait alors le pari de faire éclater la « clôture »[5] qui enserre l'organisation du PS. Pour ce faire, il convient cependant de contourner l'inscription dans le cadre des sections : pour un adhérent potentiel, la difficulté réside moins dans la volonté de s'inscrire au PS que dans les modalités pratiques d'y entrer.

La réforme Lang vise ainsi en premier lieu à simplifier les pratiques militantes par la valorisation du droit à désigner le candidat socialiste aux élections présidentielles. La question n'est plus : comment adhérer au PS[6] ? Mais : que dois-je faire pour « choisir le candidat pour 2007 » ? L'objectif principal de la réforme Lang est d'octroyer aux nouveaux adhérents le droit de voter pour le projet socialiste et, surtout, pour investir le candidat de 2007. Ainsi, le nouvel adhérent est au centre d'un parti qui ne se pense plus seulement comme le résultat d'un emboîtement entre différentes échelles territoriales, mais comme un ensemble structuré par l'enjeu présidentiel.

Internet va permettre de contourner les fédérations et, à un degré moindre, les courants en créant une grande section de dimension nationale sans lien direct avec l'implantation géographique du PS. À contre-courant des organisations partisanes françaises qui acceptent des relations plus lâches avec l'appareil confédéral[7] et utilisent Internet pour diffuser une culture politique non hiérarchique[8], le PS utilise ainsi l'adhésion en ligne pour recentraliser sa marque politique, recourant pour cela au système informatique dont il s'est récemment doté, le système ROSAM.

1. Sur les votes d'investiture, voir Olivier Nay, « Les règles du recrutement politique. Pour une approche institutionnaliste de la sélection politique. L'exemple des candidats à l'élection régionale », *Politix*, 11 (44), 1998, p. 161-190.
2. Cf. Henri Rey, Françoise Subileau, *Les militants socialistes à l'épreuve du pouvoir*, Paris, Presses de Sciences Po, 1991, p. 194.
3. Cf. G. Grunberg, F. Haegel, *La France…, op. cit.*, p. 66-71.
4. Sur les stratégies d'introduction des TIC en fonction des types d'organisations partisanes, voir Karl Löfgren, Colin Smith, « Political Parties and Democracy in the Information Age », dans R. Gibson, P. Nixon, S. Ward (eds), *Political Parties…, op. cit.*, p. 39-52.
5. Rémi Lefebvre, Frédéric Sawicki, *La société des socialistes*, Bellecombe-en-Bauges, Éditions du Croquant, 2006, p. 154.
6. Diverses initiatives ont été auparavant lancées sans succès, à l'image de la carte d'adhérent associé, créée en 2005, ou des « adhérents du projet » imaginés par F. Hollande.
7. Alan Ware, « Les partis français et la science politique comparative », dans F. Haegel (dir.), *Partis politiques…, op. cit.*, p. 414-417.
8. Fabienne Greffet, « Les partis politiques français sur le Web », dans Dominique Andolfatto, Fabienne Greffet, Laurent Olivier (dir.), *Les partis politiques. Quelles perspectives ?*, Paris, L'Harmattan, 2001, p. 161-178.

Ainsi, la présidentialisation des règles du jeu du PS favorise l'homogénéisation d'un « milieu partisan » socialiste, réduit avec la primaire au statut de grande et unique circonscription électorale et non plus seulement à la superposition d'un ensemble de cadres départementaux[1].

Adhérer pour 20 euros

Pourtant, à l'approche de 2007, le parti du militantisme en termes d'effectifs n'est plus le PS. L'UMP domine alors très largement sur ce terrain[2]. En outre, alors que l'UMP permet d'adhérer en ligne, le PS ne l'autorise pas. Le PS perd donc la bataille de la modernité. Aussi, la réforme des modes d'adhésion au PS et la refonte du site socialiste seront pensées en parallèle[3].

Début mars 2006, la possibilité de favoriser un militantisme à distance sans intercesseurs est actée par le secrétariat national : désormais, les sympathisants socialistes peuvent adhérer pour vingt euros « s'ils veulent bénéficier du droit de voter pour le candidat socialiste aux élections présidentielles ». La campagne d'adhésion sera courte (deux mois et demi) et temporaire, puisqu'elle s'arrête exactement le 1er juin, soit six mois avant la désignation du candidat à l'élection présidentielle, délai qui est également la période minimale pour avoir le droit de participer aux scrutins internes au PS. L'objet n'est donc plus tant de développer le parti en vue de son affrontement avec l'UMP que de transformer la structuration du corps électoral du Parti socialiste. Le 9 mars 2006, le PS ouvre son nouveau site internet sur lequel il est dorénavant possible d'adhérer. La dynamique d'organisation de la primaire est directement reliée au scrutin présidentiel puisque le nouvel adhérent socialiste est invité dans un même mouvement à voter le projet, désigner son candidat et battre la droite.

Au-delà de l'enjeu de l'entrée[4] au PS, la refonte du site du parti montre donc que, comme pour les débats sur le TCE[5], le parti ne pense plus l'économie générale de ses relations militantes déconnectée des enjeux électoraux. Internet est l'élément clé du dispositif. Moins en ce qu'il facilite l'adhésion qu'en ce qu'il crée ce qui avait jusqu'à présent toujours été refusé, à savoir une section nationale. Alors que la campagne d'adhésion de mars 2006 est clairement présentée comme une campagne marchant sur trois pieds – adhésion par voie postale, par téléphone ou sur Internet –, c'est ce troisième pied qui concentre toutes les attentions. Pour une raison simple : seule l'*e*-adhésion permet de centraliser les entrées au PS. Alors que l'adhésion par voie postale ou par téléphone peuvent être renvoyées aux fédérations, l'*e*-inscription déterritorialise le lien militant, court-circuitant par là même les filtres des courants et les logiques locales de recrutement.

Aussi, même si la carte d'adhérent socialiste donne également droit de valider le projet pour 2007, elle constitue essentiellement un moyen de changer les règles du jeu de la primaire de novembre 2006.

1. F. Sawicki, *Les réseaux..., op. cit.*, chap. « Pourquoi le cadre départemental ».
2. Florence Haegel, « La mobilisation partisane de droite », *Revue française de science politique*, 59 (1), février 2009, p. 7-27.
3. Exemplifiant « l'effet domino » identifié par Rachel Gibson, Stephen Ward, « The First Internet Election ? United Kingdom Political Parties and Campaigning in Cyberspace », dans John Bartle, Ivor Crewe, Brian Gosschalk (eds), *Why Labour Won the General Election of 1997*, Londres, Franck Cass, 1998, p. 93-112, dont p. 95.
4. Michel Offerlé, « Entrées en politique », *Politix*, 9 (35), 1996, p. 3-5, dont p. 4.
5. Voir Éric Treille, « Désunions européennes. Le référendum interne du Parti socialiste sur le Traité constitutionnel européen de décembre 2004 », dans Antonin Cohen, Antoine Vauchez (dir.), *La constitution européenne. Élites, mobilisations, votes*, Bruxelles, Presses de l'Université libre de Bruxelles, 2007, p. 183-195.

La dénonciation des « militants hors sol »

La campagne d'adhésion devient un enjeu strictement interne. Le courant Fabius la dénonça vigoureusement, moins d'ailleurs sur le principe des TIC que par rapport à leurs usages. Internet est alors vu comme le moyen de démultiplier les fausses cartes puisqu'il n'est pas possible de contrôler l'identité du nouvel adhérent[1]. Surtout, il menacerait la nature militante du parti.

> « Le risque existe que cohabitent au sein du PS deux catégories d'adhérents : les militants actifs à l'ancienne [dans] la section de localité ou l'entreprise [...] et les adhérents individuels, socialistes “hors sol”, détenteur de droits de vote et supporteurs dans les campagnes électorales. »[2]

Cette dénonciation du bouleversement de l'économie des pratiques militantes montre qu'avec Internet, ce sont précisément les mécanismes d'affiliations territorialisées des adhérents grâce auxquels jusque-là les courants structuraient leur présence qui sont remis en cause. Deux logiques d'affiliations des membres coexistent dorénavant au sein du parti (déterritorialisée/présidentialisée et territorialisée) qui renvoient à la nature même du militantisme socialiste à l'heure d'Internet.

> « 2006 a été une année faste : on allait voter sur le projet et la désignation du candidat à l'élection présidentielle. C'était une belle fenêtre d'opportunité pour faire une campagne d'adhésion. On a fait un super *packaging* : une offre commerciale avec l'adhésion à 20 € comme produit d'appel la première année. [...] Le problème, c'est qu'on a trompé les gens. On leur a dit qu'ils pouvaient adhérer en ligne alors qu'en réalité, ce qu'ils ont fait, c'est une demande d'adhésion. Mais eux croyaient adhérer. On a un peu forcé la vente. »[3]

Le fait que S. Royal apparaisse rapidement comme la grande bénéficiaire de ce mouvement d'adhésion va « remettre de l'ordre » dans la compétition interne : fermer l'accès du parti aux nouveaux adhérents devient un moyen rationnel de prolonger de l'économie initiale des pratiques militantes. Le courant Fabius obtient ainsi une modification de taille : pour valider leur carte de membre, les adhérents à vingt euros devront d'abord se présenter physiquement en réunion de section avant la date du vote des primaires. Bref : le virtuel doit rencontrer le réel. Cette hybridation est cependant restée très théorique. Pour preuve : seuls 40 % des nouveaux adhérents se sont exprimés sur le projet socialiste contre 47 % pour l'ensemble des adhérents[4]. Les nouveaux arrivants ont donc surtout usé de leur droit à voter lors de la désignation du candidat à l'élection présidentielle et transformé ce moment électoral en unique séance probatoire. Ce à quoi tous les courants ont dû eux-mêmes s'adapter : à l'approche du 1er juin, leurs sites ont ainsi relayé le détail du dispositif[5].

La création de l'*e*-adhérent a donc nécessité une réarticulation aussi problématique que rapide entre l'*in* et *out* partisan. Ce faisant, elle a également permis le développement d'un militantisme socialiste sur Internet.

1. Sur les cartes de complaisance, voir F. Sawicki, *Les réseaux…, op. cit.*, p. 139.
2. Henri Weber, *Le Monde*, 22 août 2006.
3. J. Salvator, DG à la coordination, entretien (23 mars 2007).
4. *Le Figaro*, 23 juin 2006.
5. Sur la *net*campagne, voir Bernard Dolez, Annie Laurent, « Une primaire à la française. La désignation de Ségolène Royal par le parti socialiste », *Revue française de science politique*, 57 (2), avril 2007, p. 133-161, dont p. 144-146.

Le militantisme en ligne

Une des grandes nouveautés de cette campagne interne est d'avoir permis aux primo-membres socialistes d'expliciter directement sur le site ce qui les a conduits à rejoindre le PS. De fait, le site internet du PS a été conçu dès le départ comme une machine auto-alimentée, mixant à la fois cadrage partisan des impressions et reconnaissance des singularités subjectives[1]. D'une part, en favorisant de nouvelles formes de militantisme viral en jouant l'adhésion par cooptation (envoi de *e-cards*). D'autre part, grâce à un *blog* intégrant des *podcasts* argumentaires de personnalités du PS mais surtout d'*e*-adhérents. Chaque nouvel adhérent est accueilli par un autre adhérent Internet qui raconte, dans un billet écrit ou filmé, les raisons de son engagement. Et à son tour, il peut lui aussi s'exprimer pour dire pourquoi il a pris sa carte. Ainsi, le PS a transféré une partie de sa communication à ses adhérents qui certifient eux-mêmes le bien fondé de la nouvelle procédure d'adhésion[2]. Cette revalorisation de la forme témoignage fait de la parole politique privée une parole partisane ; la parole partisane se nourrit de paroles privées[3].

Ce procédé permet également aux nouveaux adhérents de militer dès leur inscription au PS. Non en diffusant des tracts, collant des affiches, mais en se transformant en propagandistes de la campagne d'adhésion du PS. Pour ces nouveaux encartés, dire qu'ils viennent d'adhérer, c'est déjà militer. L'action d'écriture se transforme en écriture d'action puisque la force de cette forme de communication est qu'elle « s'accomplit en énonçant ce qu'elle est en train d'accomplir »[4]. Avec Internet, le « ministère de la parole » n'est plus l'apanage des seuls professionnels du politique mais peut être saisi par chacun.

L'intégration de ces *podcasts* argumentaires permet également d'échapper au reproche de création de militants « hors sol » puisque c'est le site lui-même qui se transforme en section. Si la territorialisation de l'*e*-adhérent est virtuelle, son incarnation est bien réelle puisque les podcasts donnent chair à ce qui n'était au départ qu'une technique de médiation partisane. Enfin, en centrant la campagne de développement du parti sur l'adhérent, ce n'est plus le futur candidat à désigner qui est au cœur du dispositif mais un électeur socialiste attaché à « devenir sa propre cause formelle »[5].

La mise en place des adhésions à vingt euros au PS confirme que « les partis [ont] fait d'Internet une opportunité de se revitaliser et plus spécifiquement de renforcer leurs appareils centraux »[6]. Elle a en outre permis d'assouplir les formes de l'engagement au PS puisque désormais les frontières physiques du parti ne sont plus un obstacle à l'adhésion, consacrant la figure de l'adhérent-électeur esquissée dès le début des années 1990. C'est dans cette perspective que la défection des deux tiers des adhérents à vingt euros dès 2008 est problématique pour le parti : elle accrédite l'idée d'une enclosure sociologique doublée d'une sclérose organisationnelle, alors même que l'injonction à l'ouverture du parti se fait plus pressante. Face à cette situation, la direction du parti a choisi de valider la proposition de la commission présidée par Arnaud Montebourg, secrétaire national à

1. Fabien Granjon, Julie Denoël, « Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux », *Sociologie*, 1, 2010, p. 25-43.
2. Sur le glissement du récit à sa certification par des témoins ou par des acteurs, voir Renaud Dulong, *Le témoin oculaire. Les conditions sociales de l'attestation personnelle*, Paris, Éditions de l'EHESS, 1998.
3. Cf. Dominique Mehl, *La télévision de l'intimité*, Paris, Seuil, 1996.
4. Christian Jouhaud, *Mazarinades : la fronde des mots*, Paris, Aubier, 1985, p. 98.
5. F. Granjon, *L'Internet militant…*, *op. cit.*, p. 114.
6. Nicolas Sauger, « Les partis sur le Net : première approche des pratiques virtuelles des partis politiques français », dans V. Serfaty (dir.), *L'internet en politique…*, *op. cit.*, p. 179-193.

la rénovation, d'organiser des « primaires ouvertes et populaires ». Un nouveau droit est ainsi créé permettant à l'ensemble des Français[1] de choisir le candidat présenté par le PS à l'élection présidentielle de 2012. Seules deux conditions sont posées à la participation électorale de l'ensemble de la population : la signature d'une déclaration de soutien aux valeurs de la gauche. Ensuite, le versement d'un euro pour participer au financement de la campagne[2]. Ce qui constituait avant 2007 le privilège exclusif des militants du PS et en 2007 celui de ses seuls adhérents, appartiendra ainsi en 2011 à chaque électeur. Signe du basculement pour les adhérents de leur propre conception de la militance socialiste, le projet de rénovation du PS a été approuvé le jeudi 24 juin 2010 à une forte majorité de 76,9 %. Ce score est d'autant plus significatif qu'il acte une totale « dépossession militante » de l'investiture socialiste. Mais il traduit également l'acceptation par ses membres du dépassement des frontières partisanes. Dès lors, engagement par Internet et engagement physique peuvent se rejoindre et provoquer, par syncrétisme, l'apparition d'un mode inédit de militantisme au PS : celui de l'engagement sans adhésion. Dernière phase de la recomposition des liens militants au PS, de nouvelles formes de *e*-militantisme émergent alors, à l'heure du Web 2.0.

La « coopolisation » du parti socialiste ou l'engagement sans adhésion

La singularisation de l'engagement et le dépassement des frontières partisanes semblent devoir trouver leur expression la plus achevée dans la Coopérative politique, ou Coopol, le site communautaire, inspiré pour le fond de <mybarackobama.com>[3], et pour les fonctionnalités de Facebook, dont le PS s'est doté. Avec ce site, engagements « *online* » et « *offline* » sont appelés à se conjuguer. Aussi, en même temps qu'une communauté socialiste virtuelle se crée, une nouvelle conception de la militance émerge au PS. Toutefois, la Coopol n'est pas seulement destinée à recréer un lien militant ; elle a été pensée également comme un outil de mobilisation militante physique. En ce sens, la porosité des frontières partisanes, la recomposition du sens de l'engagement et la rationalisation des modes de mobilisation, loin d'entraîner sa « dilution virtuelle », s'articulent au profit du PS.

1. Le mode d'emploi de la primaire prévoit d'élargir les possibilités de vote aux mineurs et aux étrangers militants socialistes et membres des partis partenaires de l'organisation de l'élection.
2. Un « parti des primaires » sera créé afin de formaliser la participation des votants à la sélection du candidat socialiste à l'élection présidentielle de 2012. « *Single issue party* », ce nouveau parti politique n'en sera jamais un. Par définition éphémère, il doit être considéré comme un artifice juridique conçu en fonction des seules règles imposées par les lois de financement de la vie politique. Aucune carte d'adhérent ne sera ainsi accordée, l'émargement à une liste électorale faisant foi du lien formel entre le votant et l'organisation des primaires. De plus, il n'établira pas de liens militants, au mieux un rapport de service entre un électeur/contributeur et un prestataire politique. Sa fonction unique est à rechercher dans la reddition de dépenses et de recettes auprès de la Commission nationale des comptes de campagnes et des financements politiques (CNCCFP), la relation aux donateurs étant dument enregistrée, suivant en cela le mécanisme des dons aux associations et leurs contreparties fiscales. Sur les lois sur le financement de la vie politique et les primaires, voir Éric Treille, « L'économie des primaires. L'encadrement financier de la démocratie interne au sein du Parti socialiste », section thématique « L'économie du politique », organisée par Abel François et Eric Phélippeau, 10e Congrès de l'Association française de science politique, Grenoble, 7 et 8 septembre 2009.
3. Le site de Barack Obama s'inspire lui-même de l'initiative de Howard Dean associant de manière inédite communication sur Internet et mobilisation *on* et *offline* : cf. Joe Trippi, *The Revolution Will Not Be Televised. Democracy, the Internet and the Overthrow of Everything*, New York, Reganbooks, 2004.

De l'entre-soi virtuel au militantisme physique

Les tentatives partisanes d'investissement du Web sont jusqu'à présents apparues en pratique en deçà des objectifs affichés par les partis politiques[1]. L'émergence du Web 2.0, de par son potentiel technique aisément accessible, favorise cependant la création de sites partisans dont on peut considérer qu'ils donnent davantage corps à cette interaction entre parti et citoyens, ainsi que l'illustre la Coopol.

Ce site sacrifie, en premier lieu, à l'impératif délibératif : il s'agit d'« échanger, s'informer, coproduire, agir et partager »[2]. C'est donc un site dont les membres autoproduisent librement le contenu. Une première différence fondamentale s'impose alors avec le parti réel : les responsables socialistes n'ont, *a priori*, la mainmise ni sur ces échanges, ni sur leur déroulement. Ce mode de fonctionnement se veut porteur des conditions de réenchantement de l'engagement militant socialiste, par opposition à un fonctionnement réel du parti engendrant déception et désengagement[3]. Un entre-soi virtuel, accessible à tous et fondé sur l'écrit hypertextuel et la vidéo est ainsi créé. La Coopol promeut un égalitarisme numérique entre « coopains », terme évoquant l'idée de proximité, de façon à transcender les frontières partisanes physiques au profit d'une communauté partisane élargie.

Pour autant, le PS ne se dissout pas dans une nébuleuse communautaire indistincte. Si le site doit révéler une communauté socialiste virtuelle à elle-même, il a aussi comme finalité d'organiser une mobilisation partisane physique par le biais du Web. Le message d'accueil rappelle cette double fonction.

> « Avec la Coopol, découvrez une nouvelle génération d'outils d'organisation et de mobilisation politique pour échanger en ligne et agir sur le terrain. Militants, sympathisants du PS ou de la gauche, chacun peut s'inscrire ! Maintenant, c'est à vous de jouer ! »

L'impératif délibératif n'épuise pas la finalité du site. Mais y sacrifier permet de solliciter, dans un second temps, la participation à des actions militantes. Significativement, à l'heure du Web 2.0, les pratiques militantes sur Internet sont ainsi associées à un usage technique du Web visant à organiser le militantisme physique.

Toutefois, si la Coopol valorise une individualisation des pratiques militantes en appelant ses membres à se faire « auto-entrepreneur en mobilisation partisane », cette apparente liberté ne masque pas le fait que les compétences ou la légitimité partisane à proposer ces actions conditionnent largement leur succès. Ainsi, les « événement » les plus suivis sont ceux ayant trait à la campagne régionale : distribution de tracts, *meetings*, collages constituent l'essentiel des activités proposées[4]. Or, ces formes de participation politique, finalement des plus classiques, sont proposées le plus souvent par des responsables du parti (secrétaires de section) ou des adhérents chargés d'en coordonner les actions militantes. Autrement dit, la Coopol, perpétue une hiérarchie partisane réelle dans l'espace militant virtuel.

---

1. Françoise Blum, « Internet, militantisme et engagement. Jalons sur les usages politiques et sociaux d'une technique récente », *Recherche socialiste*, 46-47, janvier-juin 2009, p. 109-122.
2. <http://www.lacoopol.fr/>.
3. Cette vision désenchantée de l'organisation socialiste n'est pas récente : cf. Françoise Subileau, Colette Ysmal, Henri Rey, « Les adhérents socialistes en 1998 », *Les cahiers du Cevipof*, 23, mai 1999. Plus généralement, voir Olivier Fillieule (dir.), *Le désengagement militant*, Paris, Belin, 2005. Selon B. Thieulin, plus de 30 000 « coopains » ont rejoint la communauté au mois de juin 2010.
4. L'observation du site a été conduite de sa création au terme de la campagne des régionales de mars 2010.

Bienvenue sur la coopol !

Une fois inscrit sur le site, chaque nouveau membre de la Coopol accède, *via* son compte personnel, à une interface dotée de multiples fonctionnalités. Ces fonctionnalités sont, pour une large part, identiques à celles offertes par les réseaux sociaux classiques. De ce point de vue d'ailleurs, les similarités sont nombreuses entre l'interface du site Facebook et celle de la Coopol. La principale différence immédiatement constatable entre les deux consiste cependant en la réaffirmation (discrète) d'un lien à la marque politique socialiste pour la Coopol. En effet, ni le logo du PS ni des photos de ses dirigeants ne saturent le champ visuel de l'espace personnel du « coopain ». Celui-ci est pourtant immanquablement incité à se rappeler la proximité du site avec le PS. Parmi les onglets qui permettent la navigation sur l'interface, ceux du « PS » et du « MJS » rappellent ainsi le lien à la marque politique. Ce lien se manifeste enfin, et surtout, à travers les outils de gestion du compte personnel des internautes. Ces outils permettent en effet à chaque internaute de gérer son agenda, ses listes de « coopains » et de groupes, et d'accéder aux échanges entre membres de sa section *via* la Coopol. Chaque internaute peut par conséquent, s'il le souhaite, être rattaché à une section physique du parti socialiste. Ainsi, la Coopol réintroduit une inscription territoriale et partisane sur le Web, laquelle doit encourager le « passage à l'acte militant » des participants.

Plus généralement, les outils de gestion de son compte permettent ensuite à l'internaute de suivre les échanges entre membres de la Coopol, qu'ils soient ses « coopains », qu'ils participent à des groupes dont lui-même est membre, ou qu'ils appartiennent à sa section. Pour ce faire, le site est doté d'un fil info où apparaissent les actions des « coopains » concernés (les messages les plus fréquents consistent ici à informer que « X et Y sont maintenant amis »). En outre, un espace, « Les posts de mon réseau », permet de suivre les commentaires écrits, souvent en réaction à l'actualité, par les « coopains » ou, bien sûr, d'en poster soi-même.

C'est dans cet espace que la présence de l'organisation socialiste est la plus manifeste : en effet, le parti informe directement par ce biais les internautes de ses activités (réunions publiques) ou suggère des initiatives, souvent sur un mode ludique (en prévision de la manifestation du 24 juin 2010 contre la réforme des retraites, un *post* invite à « faire du bruit pour nos retraites avec la vuvuzela du PS »). Chaque « coopain » pouvant se doter d'une image pour illustrer son profil, c'est également dans cet espace que le logo du PS est le plus présent, alors même qu'il ne figure quasiment jamais sur l'interface.

Enfin, l'échange « en continu » est complété par une rubrique informant l'internaute des événement de son réseau. Au-delà la constitution de groupes auxquels chacun peut s'inscrire, la Coopol s'organise en effet autour des « événement » du parti, c'est-à-dire les actions militantes proposées par un « coopain ». Ces « événement » apparaissent sur le *wall* du connecté. Sur le même principe que le site Facebook, celui-ci pourra alors répondre « je participe », « je ne participe pas », ou « peut-être », à ces actions.

À travers cette dernière fonctionnalité, il apparaît par conséquent que la véritable finalité de la Coopol est donc dans l'organisation de la mobilisation d'une communauté socialiste élargie sur le Web. Significativement d'ailleurs, le seul logo du PS visible en permanence sur l'interface illustre une rubrique qui renvoie précisément aux mobilisations militantes en faveur du parti, rubrique qui se veut non prescriptive mais bien au contraire collaborative puisqu'elle s'intitule : « Quelles actions de terrain te semblent les plus efficaces ».

Ainsi, les responsables du parti contrôlent le site et ses débouchés concrets. En outre, le site peut aisément fonctionner sur un mode vertical descendant, avec une coordination des activités proposées au niveau des administrateurs du site, et donc de la direction du parti[1]. Ce faisant, tout en élaborant un nouveau mode de participation, le PS redéfinit les critères d'identification de la militance socialiste.

Les « coopains » d'abord

Étudier l'introduction d'Internet au sein du PS invite ainsi à revisiter les schémas classiques de l'appartenance partisane. Duverger envisageait quatre cercles de la participation (l'électeur, le sympathisant, l'adhérent, le militant), chaque cercle illustrant une proximité accrue avec le parti, proximité traduite par un investissement personnel croissant au fur et à mesure que l'on se rapproche du cœur, c'est-à-dire du parti[2]. Le militant est alors celui qui, participant le plus aux activités du parti, est aussi celui qui s'y identifie le plus. Il associait deux éléments désormais dissociés avec la Coopol : l'intensité des pratiques politiques corrélée à l'intensité de l'engagement. Ainsi, avec Internet, la dématérialisation de l'adhésion entraîne une rupture avec cette « autre loi de Duverger » : le choix de participer est déconnecté de l'obligation d'adhérer qu'elle supposait jusqu'alors. La mobilisation politique n'a ainsi d'autre fin que le support qu'elle entend promouvoir : elle se veut éphémère, réticulaire, ponctuelle et sur enjeux. La relation hiérarchique établie par Duverger s'inverse alors : le parti ne commande plus à l'adhérent ; la remise de soi au parti disparaît. Les éléments objectifs de distinction militante, liés à l'intensité des pratiques, disparaissent quand la militance est déterminée subjectivement par chaque « coopain ».

La Coopol rend compte d'une forme inédite d'engagement : l'engagement sans adhésion. Sans adhésion au sens propre du terme d'abord, puisque appartenir au parti n'est désormais « officiellement » plus nécessaire pour participer et organiser les actions militantes. Sans adhésion au sens figuré ensuite, puisque les liens entre le « coopain » et le parti sont placés sous le signe de l'indépendance réciproque. La Coopol est une sorte de bourse d'échange de l'engagement socialiste, dont l'objet est, au-delà donc de la (re)création d'un entre-soi virtuel, d'offrir des possibilités d'investissement potentielles à « l'engagé » qui pourra s'en saisir comme il l'entend. Autrement dit, la Coopol élargit l'éventail des possibles militants tout en permettant à chaque « coopain » de bricoler son militantisme. Or, cet individualisation des modes d'engagement repose sur l'affaiblissement d'un lien militant d'autant plus distendu que l'inclusivité de la communauté partisane est formellement limitée.

La labilité du lien partisan, ainsi que sa réversibilité, induisent un engagement qui, s'il matérialise encore une proximité politique, s'apparente alors à une forme d'action dont la réalisation même est son propre aboutissement[3]. Il est ainsi significatif que, avec la Coopol, le PS se dote d'un outil de mobilisation politique qui institutionnalise la dichotomie entre inscription dans l'entre-soi partisan physique et répertoire d'actions militantes. De ce point de vue, la Coopol peut se lire comme la traduction pratique des représentations naturalisées

---

1. Sur le modèle du site de campagne de B. Obama, cf. Thierry Vedel, « Le marketing politique de l'après-Obama, *Constructif*, 24, 2009, p. 53-56. Plus généralement, voir Thierry Vedel, Yves-Marie Cann, « Internet : une communication électorale de rupture », dans Pascal Perrineau (dir.), *Le vote de rupture. Les élections présidentielle et législatives d'avril-juin 2007*, Paris, Presses de Sciences Po, 2008, p. 51-75.
2. Maurice Duverger, *Les partis politiques*, Paris, Seuil, 1992 (1re éd. : 1951).
3. Le dévouement n'est par là plus nécessairement une ressource centrale dans la constitution d'un capital militant : cf. Frédérique Matonti, Franck Poupeau, « Le capital militant. Essai de définition », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 155, 2004, p. 5-11.

de l'engagement politique contemporains : d'une part, « l'engagé » adopterait une démarche rationnelle (même stimulée de manière épidermique par un « clic ») fondée sur la dissociation des enjeux politiques et de ceux qui les portent ; d'autre part, le site serait adapté au « *zapping* » de l'engagement[1], démarche d'autant plus facilitée par la dématérialisation du militantisme sur Internet et son faible coût.

D'ailleurs, il n'est ici plus question, comme pour un parti de masse, d'incarnation sociale, ni même véritablement de représentation de l'électorat[2], tant les « coopains » sont peu connus du parti lui-même. Le militantisme perd ainsi sa dimension physique et statutaire : n'est plus nécessairement militant celui qui contribue financièrement par son adhésion au parti mais celui qui s'auto-désigne comme tel.

Dépouillé, de ses oripeaux partisans, de ses signes extérieurs d'appartenance les plus visibles, cette forme d'engagement politique révèle un rapport distancié aux partis. Elle révèle également la recomposition en cours de la division du travail partisan.

Ne pas prendre parti

Pourtant, loin d'être problématique pour le PS, cette évolution s'intègre à la réalité de son organisation et à son fonctionnement interne. Le PS est désormais dirigé par une élite professionnalisée pour qui le parti est un outil permettant d'exercer avec succès son activité, l'organisation socialiste se faisant prestataire de services mobilisables par et pour ses dirigeants[3]. Dans cette perspective, la Coopol apparaît comme un outil fonctionnellement neutre : organisant la mobilisation militante en élargissant la communauté partisane, elle n'a pas vocation à bouleverser les équilibres internes.

En effet, la Coopol rend compte de l'externalisation des coûts organisationnels de l'engagement. « Flouter la frontière entre sympathisants et adhérents », selon l'expression de Benoît Thieulin, le concepteur de la Coopol, revient ainsi à dissocier fonctionnement interne du parti et mobilisation partisane. Dès lors qu'être « militant » du parti n'implique plus d'en être membre, il n'est plus requis de prendre part spatialement à son fonctionnement. Aussi, les frontières partisanes perdurent tandis que la clôture physique du parti sur lui-même est renforcée. Ce paradoxe est lié au fait que l'égalitarisme numérique ne fait en fin de compte que reproduire l'inégalité de statut réelle entre membres et non-membres du parti : si chaque « coopain » peut participer aux actions du parti, seuls pourront y faire valoir leurs opinions ceux qui y seront statutairement intégrés, c'est-à-dire qui disposeront du titre officiel d'adhérents. Le militant socialiste au sens « classique » du terme ne disparaît pas, pas plus que les pratiques militantes elles-mêmes.

Le coût organisationnel de l'engagement – autrement dit, la contrepartie statutaire à l'adhésion – est par là des plus réduits pour le PS : une partie seulement des membres de la communauté élargie créée sur la Coopol en disposent. Dans cette perspective, communauté partisane physique et communauté partisane virtuelle ne se confondent pas, bien que la seconde englobe la première. En conséquence, la Coopol permet à la direction du parti de

1. Cf. J. Ion, *La fin des militants ?, op. cit.*
2. Cf. Pippa Norris, « Who surfs ? New Technology, Old Voters and Virtual Democracy », dans Elaine C. Kamarck, Joseph S. Nye (eds), *Democracy.com ? Governance in a Networked World*, Hollis, Hollis Publishing, 1999, p. 71-98.
3. Thierry Barboni, « Les changements d'une organisation. Le Parti socialiste, entre configuration partisane et cartellisation (1971-2007) », thèse de doctorat de science politique, Paris, Université Paris I-Panthéon Sorbonne, 2008, p. 350 et suiv.

disposer d'une « armée de réserve militante », sans que cela soit appelé à bouleverser les effectifs réels du parti. Significativement d'ailleurs, les affrontements entre courants au sujet du droit de vote des adhérents Internet pour l'investiture présidentielle ne se sont aucunement reproduits à l'occasion de la mise en place de ce site[1].

Aussi, et dans le même temps, alors que les modes de sélection des élites socialistes restent « partisano-centrés », les répertoires d'actions militantes sont largement ouverts aux profanes. La division du travail partisan s'approfondit, de par l'assignation de positions au sein du parti déterminées par les modes de participation à la sociation partisane. Quand les élites du parti se recrutent physiquement, les militants s'auto-sélectionnent virtuellement. Autrement dit, l'introduction d'Internet au parti socialiste, bien loin de provoquer une dilution numérique de son organisation, est ajustée à son fonctionnement[2].

La Coopol propose une combinaison singulière des activités politiques à la fois hors du parti et en ligne. Cette combinaison s'appuie sur une dissociation opérée entre la qualité de militant, devenue extrêmement plastique, et les débouchés du militantisme. S'appuyant sur l'individualisation des pratiques militantes, elle opère un brouillage virtuel des frontières partisanes qui, en fin de compte, renforce l'efficacité des modes de sélection interne en les occultant au profit d'une représentation fédératrice d'un entre-soi virtuel. Ainsi, en redéfinissant le sens de la militance socialiste, la Coopol transforme la représentation des rôles militants, dont elle gomme le sens, en privilégiant l'action pratique au détriment d'une identité politique qui s'opacifie en même temps qu'elle est plus évanescente.

*

* *

Avec la Coopol, le PS s'est doté d'un outil Internet dont l'objectif affiché est de faciliter la mobilisation d'une communauté socialiste élargie au-delà des frontières physiques du parti et du cercle restreint de ses adhérents. La conversion du PS à Internet impliquait l'intégration des pratiques, usages et principes permis par cette technologie : fonctionnement réticulaire, proximité, procédures dialogiques, flexibilité sont ainsi autant de contraintes auxquelles la Coopol doit offrir des débouchés techniques. Ce faisant, le site favorise un rapport « assoupli » au parti, sans lequel l'engagement 2.0 ne saurait trouver de réel débouché pratique. En outre, il permet également une hybridation des répertoires d'action : en insérant un nouvel outil d'organisation des mobilisations, il invite le PS à rationaliser l'économie de ses pratiques militantes et fait de l'efficacité un critère d'évaluation déterminant de la participation politique. À cette aune, la Coopol illustre l'émergence d'une nouvelle articulation des actions politiques virtuelles et physique, bien davantage que la substitution des premières aux secondes.

L'engagement socialiste à l'heure du Web 2.0 n'implique pas pour autant une dilution de son organisation partisane dans une communauté virtuelle qui le transcenderait. Au contraire, l'évolution du militantisme au PS illustre combien les formes de l'engagement dépendent des conditions partisanes de sa production. Militer au PS sans être adhérent implique en effet que les membres de l'organisation partisane acceptent, encadrent et,

1. La création du site a été précédée d'ailleurs d'une présentation de ses objectifs à l'ensemble des motions, signe de l'enjeu qu'il représente pour les dirigeants du parti : cf. *Libération*, 29 décembre 2009.
2. Les adhérents du VVD aux Pays-Bas choisissent d'ores et déjà par Internet les représentants du parti à une élection, cas de figure non envisagé au PS.

finalement, régulent cette « dépossession » de leurs prérogatives. En ce sens, les frontières partisanes sont certes assouplies, mais en aucun cas abattues. En l'espèce, la démocratisation du parti dans les années 1990 a constitué un support indispensable grâce auquel l'introduction d'Internet dans le parti a été rendu possible près d'une décennie plus tard.

Faciliter l'engagement partisan impliquait d'élaborer les débouchés organisationnels à l'individualisation du militantisme. Concilier individualisme des (*e*-)pratiques militantes et fonctionnement collectif de l'organisation supposait alors d'inscrire et de légitimer la singularisation des adhésions et le brouillage des frontières partisanes. Ce n'est donc qu'au terme d'un long mûrissement que le PS a reconnu statutairement ses militants en tant qu'individualités : des années 1990 où le PS renonce progressivement aux mandats, en passant par les adhérents à 20 euros et la Coopol aujourd'hui, l'individuation des pratiques militantes rejoint une individualisation des représentations partisanes de l'engagement. En ce sens, Internet n'est qu'un prolongement technologique d'une évolution déjà ancienne et qui se donne à voir à travers les procédures de démocratisation des partis.

L'apparente liberté des « coopains » socialistes nécessite, d'abord, de conjuguer la singularité militante au pluriel et de donner corps, ensuite, à l'injonction de « mise en responsabilité choisie » des militants politiques. La Coopol encourage ainsi un « *empowerment* militant » dont les représentants du parti sont, en fin de compte, les principaux maîtres d'œuvre et, surtout, les bénéficiaires. Cet « *empowerment* militant » souligne ainsi combien les techniques d'individualisation de l'engagement constituent une technologie de pouvoir.

La nouvelle organisation socialiste qui se dessine, l'*e*-parti socialiste, vise à renouveler les modes de régulation internes en domestiquant les effets politiques d'une innovation technique. Avec Internet, c'est en effet l'autonomie fonctionnelle du parti qui est interrogée, puisqu'il s'agit pour ses dirigeants d'assurer une continuité organisationnelle par-delà la porosité recherchée avec l'espace social. Cette continuité est permise en premier lieu par une incorporation des changements techniques à partir de la culture partisane réinvestie pour l'occasion. Elle s'appuie ensuite, et surtout, sur la logique territoriale physique qui continue de fédérer le parti. Le fait que l'inscription territoriale ne constitue pas un objectif central de la Coopol renvoie par conséquent inévitablement à l'intégration matérielle des adhérents Internet dans le parti au niveau local et pose la question de la « compatibilité » des nouveaux adhérents aux pratiques et usages routinisés au sein du PS.

Si les frontières partisanes sont virtuellement levées, leur maintien physique constitue donc une garantie du maintien des positions internes acquises en son sein. Aussi, l'engagement sera d'autant plus libre sur Internet qu'il est « contrôlé » physiquement. La perpétuation d'un entre-soi partisan articulé sur l'engagement physique des individus permet aux dirigeants socialistes de s'assurer un contrôle relatif du jeu interne en excluant l'ensemble des « nouveaux » qui ne souhaitent pas s'intégrer dans ces logiques territorialisées et matérielles de l'engagement.

Dans ces conditions, une nouvelle division du travail partisan s'instaure dont on ne peut qu'envisager ici l'émergence, à défaut de pouvoir encore apprécier le taux de conversion des *e*-adhérents à l'adhésion physique ainsi que leurs activités. À l'heure de l'engagement 2.0, répondre à cette question est d'autant plus indispensable que virtuel et réel s'entremêlent. Un programme de recherche s'ouvre ainsi, à partir duquel ce sont tout à la fois la sociologie des adhérents, leurs modes d'engagement et les formes contemporaines de participation politique qui sont étroitement imbriqués. Interroger les mécanismes, processus et acteurs de

cette évolution permettra alors de réinterroger la capacité de résilience des partis politiques, ces « phœnix démocratiques » d'autant mieux ancrés dans le réel qu'ils ont investi avec succès le Web.

Thierry Barboni et Éric Treille

Membre associé du laboratoire CESSP (Université Paris I-CNRS, UMR 8057), **Thierry Barboni** a consacré sa thèse à l'étude des transformations de l'organisation socialiste de 1971 à 2007. Il a notamment publié (avec Philippe Aldrin) « Ce que la professionnalisation de la politique fait à l'identité militante. Les permanents socialistes : militants professionnels déchus ou salariés encartés désenchantés ? », dans Muriel Surdez, Michaël Voegtli, Bernard Voutat (dir.), *Identifier-S'identifier*, Lausanne, Antipodes, 2010 (Le Livre politique), p. 203-224. Ses travaux de recherche portent sur les partis politiques, la professionnalisation de l'activité politique et le militantisme (<tbarboni@hotmail.com>).

Membre du Centre de recherches sur l'action politique en Europe (CRAPE), CNRS-IEP de Rennes-Université de Rennes 1, **Éric Treille** a consacré sa thèse aux procédures de sélection des candidats socialistes aux élections législatives. Il a notamment publié : « De nouvelles règles du jeu partisan. Les lois sur le financement de la vie publique et les mobilisations électorales », dans Éric Phélippeau, Abel François (dir.), *Le financement de la vie politique française. Des règles aux pratiques*, Paris, Weka, 2010, p. 103- 117 ; « Des affinités électives. Délibérations partisanes et désignation des candidats socialistes aux élections législatives », dans Rémi Lefebvre, Antoine Roger (dir.), *Les partis politiques à l'épreuve des procédures délibératives*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2009, p. 131-154 ; « Parti de campagnes. Pratiques politiques et mobilisations électorales en circonscriptions rurales », dans Julian Mischi, Annie Antoine (dir.), *Sociabilité et politique en milieu rural*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2008, p. 395- 406. Ses travaux de recherche portent sur la démocratie intra-partisane, la transformation des mobilisations électorales et les usages partisans des lois sur le financement de la vie publique (<eric.treille@laposte.net>).